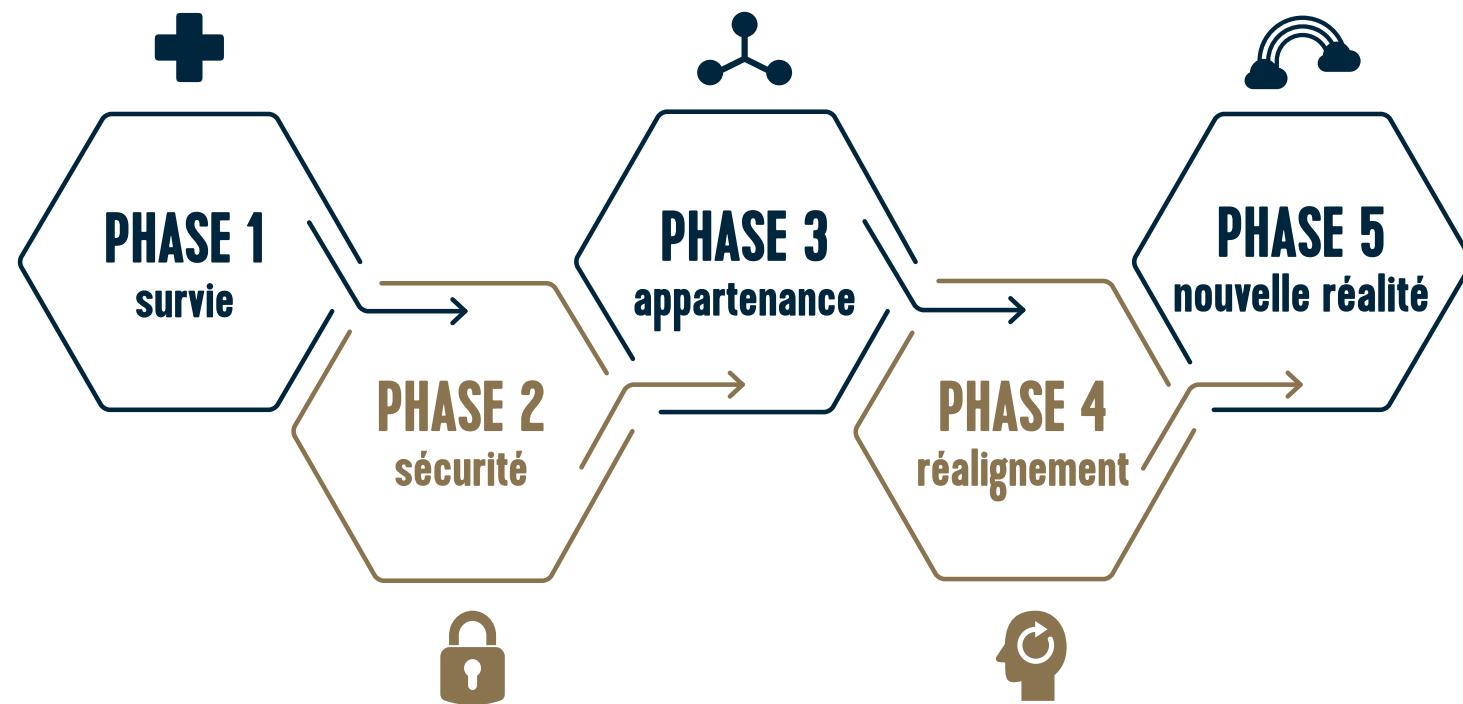


# L'EXPÉRIENCE-EMPLOYÉ EN PÉRIODE DE CRISE COVID-19 : LES MOMENTS D'IMPACT



Cette séquence se veut **une inspiration pour aider les entreprises à se mettre en mode empathie** (la base du marketing RH) et essayer de mieux comprendre ce que vivent leurs employés dans les différentes phases de la crise. Étant donné la nature très humaine de la crise, chaque individu peut avoir une réaction différente et ne pas nécessairement vivre toutes ces phases ou les franchir à la même vitesse. Si de nouveaux éléments perturbateurs arrivent (actualités ou situation personnelle), il est fort probable qu'il y ait un retour en arrière pour certains.

#### Le plus important :

- Rester connecté à vos employés (proximité et empathie) ;
- Communiquer régulièrement et de manière authentique ;
- Être reconnaissant envers vos employés à toutes les phases ;
- S'appuyer constamment sur les valeurs de l'entreprise, sa Proposition Valeur Employé (PVE) et sa marque-employeur pour bien adapter les messages selon **votre culture** et ce qui importe le plus pour **vos employés**.

	1 SURVIE	2 SÉCURITÉ	3 APPARTENANCE	4 RÉALIGNEMENT	5 NOUVELLE RÉALITÉ
<b>En quoi ça consiste ?</b>	C'est le choc : changement brut de la réalité de l'employé tant au niveau personnel que professionnel.	On cherche de nouveaux repères et des éléments sur lesquels on peut s'appuyer.	On s'adapte et on apprend à mieux gérer son temps et à jongler entre travail et famille.	On se questionne sur nos choix, sur la façon dont on a vécu le temps de crise de façon professionnelle et personnelle et sur comment notre environnement nous a soutenu.	La vie reprend lentement son cours selon une nouvelle réalité.
<b>Comportements souvent associés</b>	Stress, anxiété, insomnie, perte des repères, etc.	D'instinct, on se tourne vers des éléments connus et sécurisants.	Nouvelle routine qui s'installe avec besoin de valider si les autres vivent « la même chose » que nous.	Décision d'apporter des changements à sa vie : quitter un emploi, séparation, changement de maison, etc.	Nouveaux comportements et réflexes : télétravail, conciliation pro/perso, peur des virus/microbes, etc.
<b>Point de vue de l'employé</b>	Besoin de directions claires de la part de son employeur.	Besoin de sécurité et d'être rassuré.	Besoin de combler son besoin d'appartenance à une collectivité. Se sentir connectés aux autres.	Besoin de s'assurer que les valeurs, la culture et la PVE de l'organisation cadrent bien avec son « réalignement. »	Besoin que l'employeur s'adapte à ces nouvelles réalités et reconnaisse les efforts de tous et chacun.
<b>Employeur : exemples de stratégie à adopter</b> <small>*à adapter selon vos valeurs, PVE et marque-employeur</small>	<b>Prenez action!</b> Être le plus clair possible sur les nouvelles mesures, procédures, outils et mode télétravail ainsi que sur les décisions difficiles pour assurer la pérennité de l'organisation.	<b>Soyez rassurant!</b> Si possible, rassurez sur la sécurité d'emploi. Reprise de confiance et contrôle en offrant de travailler sur des projets dans la zone de confort et de talents de l'employé.	<b>Connectez vos gens!</b> Créer des plateformes spécifiques pour que vos employés partagent leur réalité de vie, échangent, blaguent, apprennent à mieux se connaître d'un niveau humain. <b>Ensemble, on est plus fort.</b>	<b>Soyez qui vous êtes!</b> La vérité est plus vraie que jamais : admettez vos erreurs s'il y a lieu, requestionnez vos valeurs, votre PVE et votre marque-employeur.	<b>Soyez reconnaissant!</b> Prendre le temps de reconnaître les employés et les équipes dans cette crise et vivre le « deuil » de l'ancienne réalité. Démontrer des actions rapides pour s'adapter à la nouvelle réalité (ex. télétravail)
<b>Tonalité des communications employeur</b>	Clair dans la mesure du possible. Authentique et transparent (on n'a pas toutes les réponses). Empathique.	Rassurant. Empathique et bienveillant.	Légère/Humoristique. Rassembleuse. Empathique pour ceux qui vivent des moments plus difficiles.	Authentique. No-bullshit.	Reconnaissant. Agile et innovateur.
<b>Ce que vous allez en gagner</b>	C'est la période la plus complexe et difficile et plus vous serez clair, moins elle risque d'être longue pour vos employés.	Cette période « tampon » permettra dans un avenir rapproché d'avoir des employés plus aptes à se réinventer et à changer leurs façons de faire.	Création d'un capital social qui vous rendra plus fort après la crise (collaborer, briser des silos, mieux se connaître).	Une culture plus forte que jamais. Des employés engagés. Le départ de certains employés qui n'étaient pas alignés avec votre culture.	Des équipes un peu amochées, mais soudées et prêtes à vous suivre dans cette nouvelle aventure qui commence.